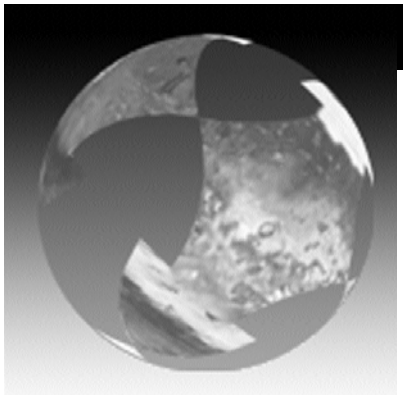
UNA APUESTA POR OTRAS FORMAS DE CONSUMO

Balances de Economía Solidaria



B.E.S.O.S.

BOLETÍN Número 12 • Diciembre 2002

sumario

	Pág.
Campaña: Navidades de 100 euros	*1*
La leche: elaboración y empresas del sector	*3*
Días de descanso en el cortijo Aloe Vera	*7*
GAP: nuevo proyecto Huerta de San Lorenzo	*8*
Guía Roja y Verde de transgénicos de Greenpeace	*9*
Direcciones útiles: • *Librería de mujeres*	*11*
Especial Recetas: • *Yogurt casero*	*12*

Red de Balances de Economía Solidaria
(Comisión de Consumo de Ecologistas en Acción)
C/ Marques de Leganés, 12,
28004 Madrid
Fax: 91 531 26 11
http://www.nodo50.org/besos
e-mail: besos@nodo50.org

Organiza y promueve:
Movimiento Internacional de Reconciliación
Ecologistas en acción
Comunidad Aletheia

editorial

Aquí estamos con un nuevo boletín de la campaña de BESOS. Nos hemos hecho un poco de rogar pero como sabéis hemos andado en eso de revisar y replantear un poco la campaña. Por suerte (o por desgracia) seguimos aquí, con nuevas ideas que ya os iremos comentando. De momento habréis notado que estáis recibido el boletín en papel de nuevo (qué perspicaces), y eso se debe a que en las encuestas much@s de vosotr@s manifestasteis que os resultaba más útil. La parte mala de la noticia es que de nuevo os pediremos pelillas para el 2003, unos cinco euros. Antes eran 1000 pelas así que seremos uno de esos casos raros en los que con el euro se economiza. Para ello deberíais hacer el ingreso durante el mes de Enero en el número de cuenta de siempre. Si no lo tenéis, podréis encontrarlo en la página 11 de este boletín, en la ficha de inscripción. Si para el envío del próximo número (que esperemos sea por marzo) no hemos recibido notificación de tu ingreso, entenderemos que prefieres seguir recogiendo el boletín en la página web (tras nuestro aviso por correo electrónico) y no quieres que te lo enviemos por correo ordinario. Con estos 5 euros intentaremos sufragar los gastos de papelería y correo durante un año como mínimo.

En este boletín encontraréis información de Opcions sobre el sector lácteo y datos sobre las listas de transgénicos de Greenpeace. Os transmitimos un llamamiento de la Librería de mujeres en Madrid y os invitamos a participar en una campaña "Navidades a 100 euros". El GAP nos presenta su nuevo proyecto con el cual poder invertir nuestro dinero de manera alternativa y, para vuestros días de descanso, una idea.También nos gustaría que participáseis en un nuevo intento de mejorar la comunicación entre nosotr@s que os explicamos en una nota adjunta.

Hasta el año que viene.

NOTICIA DE ÚLTIMA HORA

Intermón Oxfam recoge firmas contra Nestlé por su intención de cobrar una deuda al gobierno de Etiopía (www.intermonoxfam.org/denuncia)

CAMPAÑA
NAVIDADES A 100 EUROS

INTRODUCCION

Todos sabemos que la época del año en la que se produce un mayor y más intenso incremento del consumo son las fiestas navideñas. Prácticamente despojadas de sus significados tradicionales, ya sean paganos o cristianos, estas fiestas se han convertido, merced a los valores imperantes en nuestra sociedad, en una loca carrera por consumir.

ANTECEDENTES

Desde hace tiempo las Navidades y su parafernalia consumista se han convertido en objetivo de diferentes campañas de denuncia y de crítica. Algunas han buscado simplemente poner de manifiesto la aberración del sistema socioeconómico imperante; otras han pretendido hacer su denuncia proponiendo una implicación real de los participantes. Este último es el caso de la campaña organizada en Estados Unidos en 1997 con el nombre de "Navidades por 100 dólares". En ella se invitaba a los participantes a hacer una reflexión sobre el auténtico significado de las fiestas navideñas, sobre el mundo de desigualdades en que vivimos, y lo más nuevo, a que hiciesen un esfuerzo para limitar su gasto en esas fechas a un máximo de 100 dólares.

UNA PROPUESTA PARA LAS NAVIDADES DE ESTE AÑO

Retomando la experiencia estadounidense, desde BESOS pensamos que sería interesante abordar las Navidades 2002 - 2003 con una pequeña campaña que promueva la austeridad limitando nuestro gasto esta época a 100 euros.

Quizás parezca una cantidad desorbitada, pero si la comparamos con la media que gastan los españoles y los conceptos que en principio pretende cubrir (comidas, cenas, regalos, adornos), nos daremos cuenta que resulta una cifra razonable.

Es probable que resulte fácil gastar 100 euros o menos en los productos típicamente navideños, pero si lo pensamos bien la cosa tiene su complicación; entre otras razones porque la presión social a la que estamos sometidos es enorme. Por ejemplo, tenemos el caso de la lotería. Un análisis crítico de la lotería nos conduce a la conclusión de lo absolutamente pro-capitalista que es este tipo de sorteos. Según Antonio Cuadrado, un estudioso del los medios de comunicación de masas y su relación con el consumo, el sorteo de lotería refleja uno de los ideales del capitalismo: máximo beneficio con la menor inversión y sin ningún esfuerzo. Aunque habrá quien no suscriba totalmente esta tesis, en general todos estamos de acuerdo en que el gasto en lotería resulta desproporcionado. Pues bien, ¿quién de nosotros no tiene ya alguna participación?. Por todas parte nos regalan o casi nos imponen la compra de participaciones y de décimos (existen empresas en las que el importe de la lotería se le descuenta a los empleados de su nómina).

ALCANCE DE LA CAMPAÑA

Para este año pensamos que sería interesante que se circunscribiese a los miembros de la red de BESOS, pues se supone que tod@s nosotr@s tenemos clara conciencia de lo que son las Navidades y de los esfuerzos que realizamos cotidianamente para desviar y reducir nuestro consumo. Además si quisiésemos lanzar la idea al público en general habría que elaborar una serie de materiales y estrategias que requieren de un tiempo del que no disponemos. Puedes ser una buena campaña para el próximo año.

FUNCIONAMIENTO DE LA CAMPAÑA

La idea sería que a la vez que cumplimentáis los balances, anotaseis vuestros gastos en productos navideños, así como si son desviados o no, y si los habéis logrado reducir hasta los 100 euros o menos. Igualmente indicarnos cuales han sido vuestras dificultades, la manera en que lograsteis reducir gastos y consumos, etc. Es decir, que sea una seguimiento no sólo cuantitativo sino, y esto es muy importante, cualitativo. En el siguiente boletín haríamos un balance de cómo nos fue a tod@s la campaña. Muy importante: no esperéis a hacer el balance mensual para enviarnos la información sobre como os ha ido esta campaña. Con independencia de si rellenáis o no la hoja mensual, por favor enviarnos la plantilla sobre estas "Navidades de 100 euros" en cuanto os sea posible.

PRODUCTOS TÍPICAMENTE NAVIDEÑOS

No esta de más que nos pongamos de acuerdo en cuales son los productos típicamente navideños. Aquí va una lista:

- Lotería del sorteo de Navidad y de Año Nuevo (El del Niño).
- Adornos.
- Ropa para fiestas (Nochebuena, Navidad; Noche Vieja, Año Nuevo, Reyes).
- Regalos.
- Los alimentos y la bebida para estos eventos (comidas y cenas de los días 24, 25 y 31 de diciembre; y 1 y 6 de enero).
- Dulces (la famosa bandeja con turrones y mazapanes que suele haber en todas las casas).
- Los espectáculos (fiestas o sesiones de teatro o cine con cotillón incluido).
- Las comidas fuera de casa (tipo comida de los compañeros de trabajo con motivo de las fiestas).

LA HERRAMIENTA

Al igual que existe una plantilla para los balances, os sugerimos la siguiente, muy sencilla, para esta campaña:

CONCEPTO	GASTO ORDINARIO	GASTO DESVIADO	GASTO TOTAL	ELEMENTO ANULADO/REDUCIDO/SUSTITUIDO
Lotería				
Adornos				
Ropa				
Regalos				
Carnes				
Embutidos				
Ahumados				
Pescado y mariscos				
Frutas y verduras				
Dulces				
Bebidas alcohólicas				
Bebidas no alcohólicas				
Espectáculos				
Comidas fuera de casa				
TOTAL				

Espacio para explicaciones sobre reducción y desvió del consumo

Espacio para explicaciones sobre dificultades encontradas

LA LECHE

Elaboración y empresas del sector

En el número de Julio/Septiembre de la revista Opcions que edita el CRIC se publicó un análisis muy interesante sobre el sector lácteo. Hay información sobre el proceso de elaboración de la leche, la leche procedente de ganaderías ecológicas, las empresas del sector, etc. Nos ha parecido interesante haceros llegar parte de esa información resumida en este boletín, que esperamos os resulte útil.

LA LECHE COMO ALIMENTO

La leche contiene un 85% de agua, un 4% de grasas, un 3´5 de proteínas (la más abundante la caseína), y un 1% de minerales y vitaminas. Es rica en calcio (120 mgr por cada 100gr), en fósforo, magnesio, sodio y oligoelementos. Las vitaminas más abundantes son la A, la B2 y la B12.

Para digerir la lactosa necesitamos un enzima, la lactasa. Cuando nacemos tenemos lactasa en el intestino, pero la vamos perdiendo y antes de llegar a los cuatro años apenas nos queda. Este proceso es similar al resto de los mamíferos. Sólo en el norte de Europa el nivel de lactasa se mantiene alto, porque las condiciones climáticas no favorecen la fabricación de vitamina D y la absorción de calcio. Sin lactasa la lactosa no se absorve, causando en muchas personas malestar y diarrea. En el yogur y los quesos la fermentación transforma la lactosa, por lo que son más digestivos incluso para algunas personas con intolerancia a la lactosa.

LA LECHE ECOLÓGICA

En Europa el mercado de leche y lácteos ecológicos aumenta entre un 25% y un 30% cada año. La diferencia con la leche convencional está en la forma en la que se han cuidado las vacas. Lo que hace que la leche ecológica no contenga residuos de productos químicos ni de antibióticos, y tiene menos riesgo de estar contaminada con metales pesados. En la leche convencional tampoco debería haberlos pero es más difícil garantizarlos y puede haber, entre otras, sustancias organocloradas que son muy tóxicas.

En la ganadería convencional todo está destinado aque las vacas produzcan lo más posible. Se eligen las vacas más productivas por selección genética. A los terneros nos se les deja mamar. Se les queman los cuernos a los tres meses (desastado) para evitar accidentes. Al ternero se le alimenta con leche de vaca o en polvo en biberón. Las vacas se alimentan en gran medida con piensos a los que con frecuencia se le añaden suplementos diéteticos y medicamentos. La sobreexplotación provoca mamitis con frecuencia por lo que se les administar antibióticos (mientras están en tratamiento la leche no se puede comercializar). Hace cuatro años se denunció en España el uso de la hormona transgénica rBGH o BST para incrementar la producción. Hoy parece que su uso está erradicado.

En la ganadería ecológica no se desastan los terneros. La leche en plovo está prohibida en la alimentación del ternero. La comida de las vacas tiene que provenir de cultivo ecológico o en conversión. Los piensos no pueden representar más de un 40% de la dieta. Está prohibidos como aditivos los antibióticos y otros medicamentos, los estimulantes del crecimiento y los ingredientes transgénicos. Las vacas deben tener acceso a pastos y no puede haber más de dos vacas por hectárea de pasto para evitar la sobreexplotación de los prados y la acumulación de nitrógeno en el suelo. La mamitis es más infrecuente por el ejercicio y mejor alimentación, y en caso de enfermedad se han de usar sobre todo productos fitoterapeúticos, homeopáticos y oligoelementos. Los medicamentos convencionales sólo se usan en último caso y bajo control veterinario. Está prohibido el uso de hormonas. Los establos tienen que tener al menos seis metros cuadrados por vaca y en las zonas de ejercicio libre 4´5. Las vacas sólo pueden atarse por motivos de seguridad y durante periodos limitados.

LA ELABORACION

En el proceso industrial la leche se somete a todos o algunos de los procesos siguientes:

1 **Refrigeracion y recogida**: la leche recién ordeñada se guarda en un tanque, enfriándola a 4°C en dos horas. Tanto en organismso oficiales como en las empresas lácteas se analiza toda la leche que se recoge.

2 **Clarificación o limpieza**: la leche se filtra o bien se centrifuga para sacar la suciedad y otras partículas sólidas.

3 **Pasteurización**: se suele llevar la leche a 70°C- 75°C durante unos 15 segundos. El objetivo es eliminar todos los microbios patógenos y casi todos los no patógenos. Si está destinada a esterilizarse también se puede termizar: llevarla a 60°C- 65°C durante más tiempo, conservándola así hasta el siguiente proceso.

4 **Desnatado**: por centrifugación se separa la grasa. Se puede separar más o menos grasa, obteniendo los diferentes grados de desnatado. También se puede obtener leche semidesnatada mezclando leche entera con desnatada.

5 **Aditivos**: están permitidos los estabilizante (sobre todo en la desnatada esterilizada), emulgentes, etc. En los últimos años está de moda la leche con minerales, vitaminas, fibra, y otros nutrientes, que se añaden en polvo en este punto del proceso. Todo aditivo debe figurar en la etiqueta.

6 **Homogenización**: Al someter a la leche a una presión alta se rompe la membrana de los glóbulos de grasa de forma que esta se dispersa y no se acumula en la superficie. Fundamentalmente se hace para mejorar el aspecto.

7 **Esterilización** (**UHT**): se calienta la leche a 140 °C unos tres segundos. Hay varias técnicas siendo la uperisación la más usada. El objetivo es parar toda la actividad biológica para que se mantenga más tiempo inalterada. La elevada temperatura provoca que se rompan cadenas de aminoácidos de las proteínas y que se desnaturalicen algunas vitaminas. Esto hace perder gusto y valor nutritivo a la leche UHT frente a la pasteurizada pero alarga hasta cinco meses su caducidad (frente a la semana que dura la pasteurizada)

8 **Envasado**: la mayoría se envasa en tetarbrik. El envase tiene una capa de de plástico, una de aluminio y una de papel. Sólo se puede separar el papel porque separar el aluminio y el plástico es muy costoso. En España la mayoría de tetrabrik irá al vertedero o la incineradora. En este caso se liberarán a la atmósfera organoclorados y metales como el aluminio (en Madrid se generan 30 toneladas diarias de residuos de tetrabrik).

La extracción de bauxita, el mineral del que proviene el aluminio es muy costosa medioambientalmente. Además el coste energético de fabricar un tetrabrik es el triple del de un envase de vidrio virgen, y casi cinco veces mayor que el de fabricar un envase de vidrio reciclado. Por desgracia en España no existen canales para la reutilización de la botella de vidrio y sólo algunas leches ecológicas usan este tipo de envases. Algunos fabricantes ofrecen leche en botella de plástico PET que es reciclable.

LAS EMPRESAS LECHERAS

La caida del precio de la leche ha provocado el abandono de 4.574 ganaderos (el 9% del total). En Cataluña hay la mitad que hace 6 años. Además las empresas pequeñas con frecuencia son compradas por empresas grandes.

ATO, Central Lechera Asturiana, Larsa

Son marcas de la Corporación alimentaria Peñasanta S.A. (CAPSA). Líder en España en leche líquida, nata y mantequilla. La cooperativa Central Lechera Asturiana fue fundada en 1967 por ganaderos asturianos. En 1997 se fundó CAPSA que absorvió también a la catalana ATO y a la gallega Larsa. Otras marcas son Lagisa, Vega de Oro. También vende falsos "bio".

En las oficinas de Central Lechera Asturiana han puesto en marcha la campaña "oficina sin papeles", para reduscir el consumo de papel. CAPSA colabora con diversas instituciones y con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Es uno de los patrocinadores de la Fundación Triptólemos para el desarrollo agroalimentario que tiene como objetivos contribuir a hacer frente al problema acuciante de hambre en el mundo y mejorar la alimentación en todo el mundo

Berchtesgadener Land

Es de una empresa alemana Milchwerke Berchtesgadener Land Ciemgau eG. Es una cooperativa de 1950 pequeños ganaderos, muchos de alta montaña, en los Alpes, y unos 200 hacen producción ecológica o biodinámica. Se fundó en 1927 y radica en el sur de Baviera.

El agua de refrigeración de su planta de producción se vierte limpia al río al no contactar con ningún producto. La mitad de la leche pasteurizada se envasa en botellas de vidrio retornables, y la otra mitad en tetrabrik sin aluminio.

Celta

Se formó en 1989 en Galicia. Es propietaria o accionista de cinco empresas lácteas gallegas y cántabras (otra marca es Campobueno). Tiene tres plantas en España. Fue la primera empresa en sacar envases de dos litros lo que permite ahorrar en envases.

Es la única empresa que Dean Foods Company tiene fuera de Estados Unidos. Es líder del sector lácteo norteamericano con 129 plantas y más de 30.000 trabajadores. Es accionista minoritario de una de los principales fabricantes de tetrabrik en EEUU, de una fabricante de alimentos derivados de soja y de la principal empresa de comida ecológica norteamericana.

Clesa, Letona

El origen se remonta a una explotación agropecuaria de Lerma (Burgos), más tarde comprada por la madrileña Clesa. Hoy la forman Lácteas del cantábrico (Caldas del Rey, Pontevedra), Letona (barcelona y alicante), Bascones del Agua (Lerma), Nuprosa (Utebo, Zaragoza) y Helados Royne (Madrid). Tiene una filial en Portugal y paricipación en un grupo de recogida de leche francés. En 1998 el Grupo Clesa fue comprado por Parmalat, una multinacional italiana con más de 30 filiales en todo el mundo.

Es accionista del equipo de fútbol Parma y esponsoriza diversos equipos y pilotos automovilísticos. Es líder de mercado en 28 países. Parmalat, Cacaolat, La Levantina, Royne y Biofit son marcas suyas. También comercializa fal-

sos "bio"

Copirineo

Cooperativa de Pobla de Segur (Lleida) fundada en 1961. Comercializa producción lechera de las comarcas del Pirineo sobre todo en Cataluña.

Granja Armengol

Una granja de la comarca de Osona que comercializa leche desde 1955. Recoge leche de otros ganaderos de la comarca y pretende ser valorada por la calidad. Sus productos se elaboran sin conservantes, colorantes ni estabilizantes. No hacen leche esterilizada y la leche se envasa en botellas de plástico sin lámina de aluminio bajo el tapón para facilitar su reciclaje. Sin embargo también vende falsos "bio".

Pascual

Fundado en 1969 en Aranda de Duero por Tomás Pascual, aún su propietario. Además de lácteos comercializa zumos, cereales de desayuno, tortillas precocinada, huevos líquidos pasteurizados, agua mineral, comida para animales y refrescos. También fabrica piensos y tiene un 33% de OvoMaroc (una granja marroquí con 150.000 gallinas ponedoras). Tiene delegaciones en Portugal, Nueva York y Miami. Sus marcas más conocidas: Pascual. PMI, Frixia, Zumosol, Bezoya, Tafira, Eurocola. Además tiene una correduría de Seguros, una constructora y un grupo inmobiliario que trabaja en el sector inmobiliario relacionado con el golf (tiene 14 millones de metros cuadrados en terrenos entre Marbella y Fuerteventura, y un complejo de lujo en la Costa del Sol)

En sus plantas usa el gas natural como fuente de energía y aprovecha el vapor de agua de la combustión para la calefacción. Vende en España leche ecológica importada de Francia. El Yogur líquido Yosport y los cereales de Pascual están en la lista verde de trangénicos de Greenpeace (la empresa ha garantizado la no presencia de transgénicos). También comercializa falsos "bio".

Président

Pertenece al grupo multinacional francés Lactalis. En 1933, André Besnier fundó une empresa lechera en Normandía (Francia) y en 1968 creó la marca Président, para el queso camembert. Actualmente es el segundo grupo del sector lácteo en Europa y el sexto del mundo. En España la leche es de origen gallego y los lácteos se importan de Francia. Oreas marcas: Société, Lactel, Bridel, Chèvretine, e hantelain, Valmont, Sorrento, Lacatelli.

El grupo Lactalis empezó a vender en España leche ecológica de origen francés en 1999. Desde Marzo vende leche de ganaderos gallegos a los que ha ayudado a reconvertirse, y a los que paga un sobreprecio de un 30% respecto al de la leche convencional. Consideran que hay una evolución en los mercados hacia este tipo de productos, y gracias a la climatología el sistema agrícola de Galicia es ecológico casí por sí mismo

Puleva

Granada Unión Vinícola Industrial, una empresa dedicada al comercio de vinos y alcoholes, incorporó a sus actividades la producción de leche. En el año 2000 compró Leyma-Ram y Granja Castelló (marcas Castillo y Nadó). A finales del 2000 se fusionó con Azucarera Ebro Agrícolas para formar Ebro Puleva, el principal grupo alimentario de España, con 40.000 accionistas, líder en lácteos, azúcar (Azucarera), y arroz (Nomen, La Fallera, Brillante).

Su filial Puleva Biotech, una empresa de biotecnología, investiga en la producción mediante técnicas de ingeniería genética y bioquímica, de componentes naturales presentes en alimentos, plantas o microorganismos que, por su efecto beneficioso puedan ser de interés para la industria alimentaria y farmaceútica.

La marca Mandarín (flanes, natillas, etc.) está en la lista roja de transgénicos de Greenpeace (no han garantizado la ausencia de transgénicos). La fundación Puleva colabora con algumas organizaciones solidarias (Medicus Mundi, Asociación Española contra el Cáncer, Proyecto Hombre, Aldeas Infantiles SOS), actividades culturales y deportivas. Se ha comprometido a apoyar al Global Compact (iniciativa de líderes empresariales destinada a promover mejoras sociales y medioambientales a escala global).

Raphel Lladó

Única marca de leche fresca ecológica que se produce en Cataluña. Proviene de Can Garriga, una granja familiar en Maiá de Montcal (Girona). Comenzó en 1981 y desde 1991 tiene el aval Demeter de agricultura biodinámica.

Tiene once vacas y dos trabajadores, y no desean aumentar la producción a pesar de tener demanda. Las vacas no tienen mamitis porque no están estresadas, y los prados se dividen en parcelas para que las vacas pazcan de forma rotativa y se regenere la hierba. Se envasa en botella de vidrio, que se puede devolver si lo admite la tienda. ❍

http://cric.pangea.org/opcions.htm
e-mail: cric@pangea.org
Tel.: 93 412 75 94
Fax: 93 317 82 42
Opcions